

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VIDEO LIPUTAN PANTAI-PANTAI
DI BANYUWANGI SEBAGAI PROMOSI PARIWISATA
KABUPATEN BANYUWANGI



Disusun oleh :

Dianita Nursasanti

1054010035

BIDANG STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PROGRAM STUDI TEKNIK ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN”
JAWA TIMUR
2014

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VIDEO LIPUTAN PANTAI-PANTAI
DI BANYUWANGI SEBAGAI PROMOSI PARIWISATA
KABUPATEN BANYUWANGI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh
Gelar Sarjana Teknik (S–1)

Dianita Nursasanti

1054010035

BIDANG STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PROGRAM STUDI TEKNIK ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN”
JAWA TIMUR
2014

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO LIPUTAN PANTAI-PANTAI DI BANYUWANGI SEBAGAI PROMOSI PARIWISATA KABUPATEN BANYUWANGI

Dipersiapkan dan disusun oleh

DIANITA NURSASANTI

1054010035

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada tanggal :19 Juni 2014

Pembimbing I

Penguji I

Aryo Bayu Wibisono, ST., M.Med.Kom

NPT.3 8312 10 0304 1

HeruSubiyantoro, ST., MT.

NPT. 3 7102 96 0061 1

PembimbingII

Penguji II

AdityaRahman Y., ST., M.Med.Kom

NPT. 3 8109 10 0303 1

Aileena Solicitor C.R.E.C., ST., M.Des

Ketua Jurusan

Koordinator

Heru Subiyantoro, ST., MT.

NPT.3 7102 96 0061 1

AdityaRahman Y., ST., M.Med.Kom.

NPT. 3 8109 10 0303 1

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana (S1)

Tanggal :

Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Ir. Naniek Ratni Juliardi AR., M.Kes.

NIP. 19590729 198603 2001

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Surabaya, 30 Juni 2014

Dianita Nursasanti

ABSTRAK

Banyuwangi adalah salah satu kota di pesisir timur Pulau Jawa, yang memiliki potensi kekayaan alam yang indah dan beragam. Tetapi potensi ini seringkali terabaikan oleh masyarakat luas. Kebanyakan masyarakat menjadikan Bali sebagai tujuan wisata, karena sudah terkenal di mata dunia akan keindahan alam dan budayanya. Di Banyuwangi, juga dapat ditemukan tempat-tempat yang tidak kalah indah, tetapi juga mempunyai nilai seni dan budaya yang tinggi. Masih tidak banyak orang tahu bahwa Banyuwangi memiliki kurang lebih 12 pantai, yang masih bersih dan indah dengan laut birunya yang sangat alami. Sebagian dari pantai-pantai ini terletak di Banyuwangi bagian selatan, yang dikelilingi hutan rimba, sehingga membuat akses jalan ke pantai-pantai ini cukup sulit untuk di tempuh. Video '*Discover Banyuwangi*' ini membantu untuk mengenalkan dan menawarkan pada masyarakat luas bahkan dunia, akan keindahan dan keberagaman alam Banyuwangi, terutama pantai-pantainya. Video ini dikemas dengan gaya video liputan, untuk mempresentasikan kekayaan alam di Kabupaten Banyuwangi, dan video liputan kali ini difokuskan pada pantai-pantainya.

Pantai-pantai di bagian selatan Banyuwangi ini, menyimpan ciri khas dan keunikan tersendiri. Diantaranya, ada Pantai Plengkung yang terkenal dengan ombaknya yang sangat tinggi, dan sering dijadikan tempat kompetisi peselancar dunia. Ada pula Pantai Pulau Merah yang memiliki pemandangan bukit yang indah di pinggiran pantainya, Pantai Rajegwesi yang terkenal dengan hasil lautnya yang beragam, ataupun Pantai Teluk Hijau yang masih sangat alami dengan lautnya yang berwarna biru kehijauan. Serta Pantai Sukamade di ujung barat Banyuwangi, yang menyimpan pesona malamnya dengan kehadiran penyu-penyu langka, yang bertelur dan dilepaskan di sana.

Tetapi karena lokasi dari kelima pantai-pantai ini cukup sulit di tempuh, dan letaknya yang jauh dari pusat kota, membuat pantai-pantai ini jarang diketahui masyarakat luas, terutama dari luar Kabupaten Banyuwangi. Padahal pantai-pantai ini dapat dijadikan ikon Banyuwangi, yang akan mendatangkan banyak wisatawan, dan dapat menambah pendapatan daerah. Itulah mengapa, video '*Discover Banyuwangi*' ini sangat membantu sebagai video promosi ke masyarakat luas, bahkan dunia. Dalam video ini, tidak hanya dapat ditemukan pemandangannya yang indah, unik dan beragam, tetapi juga ciri khas masyarakatnya yang ramah, dengan berbagai fasilitas yang disediakan di sana.

Video ini diharapkan dapat menjadi daya tarik utama wisatawan untuk mengunjungi Banyuwangi, terutama para pemuda dengan semangat, vitalitas dan rasa keingintahuan yang tinggi akan hal-hal baru. Video ini juga dilengkapi dengan visual grafis yang praktis dan modern, dengan motion dan warna yang atraktif, sesuai dengan segmentasinya yang kebanyakan anak muda yang hidup di perkotaan.

Kata kunci: video, dokumenter, pariwisata, pantai, Banyuwangi

ABSTRACT

Banyuwangi is one of cities in east coastal area of Java Island, that has potential wealth of beautiful and diverse nature. But this potential is more often ignored by public. Most people make Bali as a tour destination, because it is famous in the world of natural beauty and culture. In Banyuwangi, could be found places that are no less beautiful, but also have high value of art and culture. Still not many people know that Banyuwangi has about 12 beaches, that still pure and beautiful with their blue sea that so natural. Some of these beaches are located in southern part of Banyuwangi, that surrounded by jungle, thus make road access to these beaches are hard enough to travel in. 'Discover Banyuwangi' video helps to introduces and offers to public even the world, for beautiful and diversity nature of Banyuwangi, especially their beaches. This video is packaged with video coverage style, to presents wealth of nature in Banyuwangi Regency, and this video coverage is focused in the beaches.

The beaches in southern part of Banyuwangi, have their own characteristic and uniqueness. Among them, there is Plengkung Beach that is famous with it is wave that so high, and it is often made as a competition place of international surfer. There is also, Red Island Beach that has beautiful hill view at edge of the beach, Rajegwesi Beach that is famous with it is diverse sea product, or Green Bay Beach that is so pure with it is turquoise color sea. And Sukamade Beach at the west end of Banyuwangi, that has enchantment night with present of scarce turtles, that lay eggs and be released there.

But because of these fifth beaches location are hard enough to travel in, and their places that is so far from city central, make these beaches are rare to be known by public, especially from out of Banyuwangi Regency. Whereas these beaches could be made as Banyuwangi's icon, that would import a lot of tourist, and could increase region income. That is why, this 'Discover Banyuwangi' video can helps as promotion video to public, even the world. Inside this video, not only can be found their view that are beautiful, unique and diverse, but also their friendly society characteristic, with various facilities that are ready there.

This video is expected can make as view point of tourist to visit Banyuwangi, especially the youth with enthusiasm, vitality and high curiosity with new things. This video is also completed with simple and modern graphic visual, with attractive motion and color, appropriate with it is segmentation that most of youth that live in the city.

Keyword: video, documentary, tourism, beach, Banyuwangi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, akhirnya Tugas Akhir yang berjudul **‘Perancangan Video Liputan Pantai-Pantai di Banyuwangi sebagai Promosi Pariwisata Kabupaten Banyuwangi’** ini dapat terselesaikan dengan baik. Melalui proses panjang dan usaha yang tidak sedikit, saya mampu memberikan karya yang cukup baik dan mendapat banyak pelajaran penting di dalamnya. Banyak orang yang telah menginspirasi, mendukung serta membantu terselesaikannya Tugas Akhir ini. Maka saya ingin mengucapkan rasa terima kasih saya kepada:

1. **Ibu Ir. Naniek Ratni Juliardi A.R., M.Kes.** sebagai Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan UPN ‘Veteran’ Jawa Timur yang telah memberikan dukungan moril dan fasilitas belajar selama saya menempuh pendidikan S1 Desain Komunikasi Visual di fakultas ini.
2. **Bapak Heru Subiyantoro, ST., M.T.** sebagai Ketua Program Studi DKV UPN ‘Veteran’ Jawa Timur yang telah banyak memberikan dukungan moril, ilmu serta fasilitas selama saya menempuh pendidikan di jurusan ini.
3. **Bapak Aryo Bayu Wibisono, ST., M.Med.Kom.** sebagai Pembimbing saya yang telah banyak memberikan ilmu serta inspirasi yang berharga kepada saya selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
4. **Bapak Aditya Rahman Yani, ST., M.Med Kom.** sebagai Dosen Koordinator Tugas Akhir mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang dengan penuh kesabaran membimbing kami selama menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Seluruh jajaran dosen dan staff Program Studi Desain Komunikasi Visual UPN ‘Veteran’ Jawa Timur yang telah membantu saya selama menempuh pendidikan di jurusan ini.
6. Ir. Kismardiani S.K. sebagai orangtua tunggal saya yang dengan penuh semangat dan kesabaran telah mendidik, membimbing dan merawat saya sejak kecil. Serta memberikan dukungan moril dan fasilitas yang tak henti-hentinya selama saya hidup.
7. Alm. Ir. Budi Haryanto yang telah menjadi ayah yang sangat baik serta panutan bagi saya selama beliau hidup. Beliau terus memberikan dorongan bagi saya untuk maju dan menggapai kesuksesan.

8. Fitra Aditya Dwisaputra sebagai partner hidup, kakak, saudara sekaligus sahabat yang dengan tanpa lelah terus mendampingi dan membantu saya dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Ajeng Nur Azizah Intan Sari, Lucky Erandira, Yudho Wahyu dan segenap tim *Discover* Banyuwangi yang telah bersedia menempuh petualangan keluar masuk hutan dan laut yang cukup berat demi terselesaikannya video ini. Pengalaman itu tidak akan saya lupakan.
10. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, terutama untuk Bapak Ainur Rofik dan Bapak Djarot yang sudah banyak membantu kelancaran produksi video ini serta memberikan informasi tentang Banyuwangi.
11. Sahabat-sahabat saya, Intan, Indy, Icha, Rossi, Yunita, Ajeng, Anggi, Nyimas, Lucky, Rani, Delon, Yendra, Okky, terima kasih banyak telah memberikan canda tawa dan kenangan indah selama ini. Semoga selamanya.
12. Seluruh keluarga besar saya dan kolega yang tak henti-hentinya mendukung dan memberikan perhatian yang lebih kepada saya.
13. Mahasiswa Tugas Akhir Periode Tahun 2013-2014 dan kawan seperjuangan saya lainnya Angkatan 2010, sejak saya menginjakkan kaki di FTSP UPN 'Veteran' Jawa Timur hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih banyak telah memberikan kenangan dan kebahagiaan bagi saya. Maaf tidak bisa menyebutkan satu persatu.
14. Semua orang yang pernah singgah dan berjasa dalam hidup saya.

Saya tidak akan menjadi seperti ini tanpa dukungan moril, semangat dan inspirasi dari orang-orang tersebut. Terima kasih banyak telah berjasa dalam hidup saya selama ini. Semoga Tugas Akhir ini nantinya berguna bagi masyarakat luas dan saya bisa terus memberikan karya yang terbaik. Sekian kata pengantar dari saya, jika terjadi kesalahan pada kata saya mohon maaf yang sebesar-besarnya. Terima kasih banyak atas perhatiannya.

Surabaya, 24 Juni 2014

Perancang

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR ORISINALITAS | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| a. Media Audio Visual Sebagai Penunjang Image | 5 |
| b. Pantai-Pantai yang Akan Dipilih dan Stake Holdernya..... | 7 |
| c. Distribusi Video Melalui Media Internet..... | 8 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 9 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.4 Tujuan Perancangan..... | 9 |
| 1.5 Manfaat Perancangan..... | 10 |
| BAB II STUDI EKSISTING DAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1 Literatur Topik | 11 |
| a. Mengenal Banyuwangi dan Pantai-Pantainya | 11 |
| b. Mengenal Ragam Media Video | 22 |
| 2.1.2 Literatur Teknis..... | 26 |
| 2.1.2.1 Teori Desain Komunikasi Visual..... | 26 |
| a. Logo Acara | 26 |
| b. Tipografi..... | 28 |
| c. <i>Bumper</i> | 29 |
| d. <i>Lower Third</i> | 30 |
| e. Warna | 30 |
| 2.1.2.2 Teori Audio Visual | 32 |
| a. Pra produksi | 32 |

| | |
|--|------------|
| b. Produksi..... | 39 |
| c. Pasca produksi..... | 59 |
| 2.2 Studi Komparator..... | 62 |
| 2.2.1 100 Hari Keliling Indonesia..... | 62 |
| a. Visual | 63 |
| b. Konten Isi | 72 |
| c. Fisik..... | 76 |
| 2.2.2 <i>Hidden Paradise</i> | 77 |
| a. Visual | 77 |
| b. Konten Isi | 85 |
| c. Fisik..... | 88 |
| BAB III METODE PERANCANGAN..... | 90 |
| 3.1 Definisi Operasional Judul..... | 90 |
| 3.2 Teknik Sampling..... | 92 |
| 3.2.1 Populasi / Target Segmen | 92 |
| 3.2.2 Sample | 93 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data..... | 94 |
| 3.3.1 Data Primer | 94 |
| 3.3.2 Data Sekunder..... | 95 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 95 |
| 3.5 Metodologi Perancangan | 101 |
| 3.6 Alur Berpikir..... | 105 |
| BAB IV KONSEP DESAIN | 106 |
| 4.1 Hasil Analisa Riset..... | 106 |
| 4.1.1 Analisa Observasi | 106 |
| 4.1.2 Analisa Wawancara | 107 |
| 4.1.3 Analisa Kuisisioner | 108 |
| 4.2 Perumusan Konsep..... | 109 |
| 4.3 Penjabaran Konsep..... | 110 |
| 4.3.1 Konsep Cerita | 111 |
| a. Sinopsis | 112 |
| b. <i>Storyline</i> | 112 |

| | |
|---|------------|
| 4.3.2 Konsep Visual..... | 123 |
| a. <i>Grading</i> | 123 |
| b. Sudut Pandang Kamera | 124 |
| c. Deskripsi Karakter..... | 126 |
| d. Deskripsi Setting Lokasi | 128 |
| 4.3.3 Konsep Audio | 130 |
| a. Musik Latar | 130 |
| b. <i>Voice Over</i> | 130 |
| 4.4 Layout Desain | 142 |
| 4.4.1 Storyboard..... | 142 |
| 4.4.2 Rough Layout | 146 |
| 4.4.3 Komprehensif Layout | 147 |
| 4.4.4 Master Desain | 148 |
| BAB V IMPLEMETASI DESAIN..... | 151 |
| 5.1. Aplikasi Media..... | 151 |
| 5.2. Deskripsi Karya | 156 |
| 5.3. Rancangan Anggaran Project..... | 160 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... | 161 |
| 6.1 Kesimpulan | 161 |
| 6.2 Saran..... | 162 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Tumbnails Cuplikan Video Bali, Indonesia Travel Guide..... | 2 |
| Gambar 1.2 Pantai Plengkung..... | 3 |
| Gambar 1.3 Pantai Pulau Merah | 3 |
| Gambar 1.4 Pantai Rajegwesi | 3 |
| Gambar 1.5 Pantai Teluk Hijau..... | 4 |
| Gambar 1.6 Pantai Sukamade | 4 |
| Gambar 1.7 Beranda <i>Website</i> www.banyuwangitourism.com | 5 |
| Gambar 1.8 Info-Info Wisata Alam yang Disajikan Dalam <i>Website</i> | 5 |
| Gambar 1.9 Tumbnails Cuplikan Video 100 Hari Keliling Indonesia..... | 6 |
| Gambar 1.10 Tumbnails Cuplikan Hidden Paradise Season 3, Edisi Lombok Timur | 7 |
| Gambar 2.1 Ombak Pantai Plengkung | 13 |
| Gambar 2.2 Panorama Pantai Plengkung | 14 |
| Gambar 2.3 Panorama Pantai Plengkung | 14 |
| Gambar 2.4 Panorama Pantai Pulau Merah | 15 |
| Gambar 2.5 Panorama Pantai Rajegwesi | 16 |
| Gambar 2.6 Panorama Pantai Teluk Hijau..... | 17 |
| Gambar 2.7 Panorama Pantai Sukamade | 18 |
| Gambar 2.8 Penyu Bertelur di Pantai Sukamade | 18 |
| Gambar 2.9 Pantai Blimbingsari | 19 |
| Gambar 2.10 Pantai Grajagan | 19 |
| Gambar 2.11 Pantai Lampon | 20 |
| Gambar 2.12 Pantai Muncar | 20 |
| Gambar 2.12 Pantai Boom | 21 |
| Gambar 2.13 Pulau Tabuhan..... | 21 |
| Gambar 2.14 Pantai Watu Dodol | 22 |
| Gambar 2.15 VHS, Betacam, Mini DV, P2 <i>Card</i> | 24 |
| Gambar 2.16 Logo 100 Hari Keliling Indonesia..... | 27 |
| Gambar 2.17 Logo <i>Hidden Paradise</i> | 27 |
| Gambar 2.18 <i>Bumper Acara Hidden Paradise</i> | 29 |
| Gambar 2.19 <i>Lower Third</i> dalam Sebuah Acara Televisi..... | 30 |

| | |
|--|----|
| Gambar 2.19 Warna Primer | 31 |
| Gambar 2.20 Warna Sekunder | 31 |
| Gambar 2.21 Warna Tersier | 31 |
| Gambar 2.22 Susunan Proses Pra Produksi | 32 |
| Gambar 2.23 Contoh <i>Script Breakdown Sheet</i> | 35 |
| Gambar 2.24 Contoh <i>Shooting Schedule</i> | 36 |
| Gambar 2.25 Contoh <i>Breakdown Budget</i> | 37 |
| Gambar 2.26 Susunan Proses Produksi..... | 40 |
| Gambar 2.27 <i>Handycam</i> | 41 |
| Gambar 2.28 Kamera ENG dan Kamera EFP..... | 41 |
| Gambar 2.29 Kamera DSLR | 42 |
| Gambar 2.30 <i>Lavalier Microphone</i> dan Penggunaannya..... | 43 |
| Gambar 2.31 <i>Shotgun Microphone</i> dan Penggunaannya | 43 |
| Gambar 2.32 <i>Handheld Microphone</i> dan Penggunaannya | 44 |
| Gambar 2.33 <i>Headworn Microphone</i> dan Penggunaannya | 44 |
| Gambar 2.34 <i>Monopod</i> dan Penggunaannya | 45 |
| Gambar 2.35 <i>Tripod</i> | 46 |
| Gambar 2.36 <i>Dolly Track</i> dan Penggunaannya..... | 46 |
| Gambar 2.37 <i>Dolly Crane</i> | 46 |
| Gambar 2.38 <i>Slider</i> | 47 |
| Gambar 2.39 Lampu LED..... | 47 |
| Gambar 2.40 <i>Reflector</i> dan Penggunaannya | 48 |
| Gambar 2.41 <i>White Balance Control</i> Membuat Gambar Lebih Cerah..... | 49 |
| Gambar 2.42 <i>Wide Shot, Extreme Wide Shot, Very Wide Shot</i> | 49 |
| Gambar 2.43 <i>Medium Shot</i> | 50 |
| Gambar 2.44 <i>Close Up, Big Close Up, Extreme Close Up</i> | 50 |
| Gambar 2.45 <i>Cutaway</i> dan <i>Cut In</i> | 51 |
| Gambar 2.46 <i>Zoom Manual</i> | 51 |
| Gambar 2.47 Contoh <i>Depth of Field</i> | 52 |
| Gambar 2.48 <i>Title Safe and Action Safe Zones</i> | 52 |
| Gambar 2.49 <i>Eye Level</i> | 53 |
| Gambar 2.50 <i>Frog Eye</i> | 54 |

| | |
|---|----|
| Gambar 2.51 (Dari kiri) <i>High Angle</i> dan <i>Bird's Eye Angle</i> | 54 |
| Gambar 2.52 <i>Low Angle</i> | 55 |
| Gambar 2.53 Teknik <i>Tilting Up</i> | 56 |
| Gambar 2.54 Teknik <i>Hand Held</i> Kamera | 56 |
| Gambar 2.55 <i>Fill Light, Key Light, Back Light</i> | 58 |
| Gambar 2.56 <i>Top Light</i> | 58 |
| Gambar 2.57 <i>Harsh Light/Hard Light</i> dan <i>Soft Light</i> | 59 |
| Gambar 2.58 Contoh Tampilan <i>Editing</i> | 61 |
| Gambar 2.59 100 Hari Keliling Indonesia | 62 |
| Gambar 2.60 Thumbnails Cuplikan Bumper 100 Hari keliling Indonesia | 63 |
| Gambar 2.61 Pemandangan Alam yang Diambil dengan <i>Wide Lens</i> | 64 |
| Gambar 2.62 Host Mendaki di Bukit | 65 |
| Gambar 2.63 Langkah Kaki Pembawa Acara Menaiki Tangga | 66 |
| Gambar 2.64 Cuplikan Mata Sang Pembawa Acara | 66 |
| Gambar 2.65 Cuplikan <i>Cutaway</i> Binatang di Sekitar Lokasi | 66 |
| Gambar 2.66 Pemandangan di Balik Hutan yang Diambil dengan <i>DOF</i> | 67 |
| Gambar 2.67 <i>Tilt Down Camera</i> Pada Sebuah Gedung | 68 |
| Gambar 2.68 <i>Pan Right Camera</i> Pada Sebuah Gedung | 68 |
| Gambar 2.69 Kamera Mengikuti Gerak Pembawa Acara | 69 |
| Gambar 2.70 Efek <i>mirror</i> dalam 100 Hari Keliling Indonesia | 70 |
| Gambar 2.71 <i>Grading</i> pada 100 Hari Keliling Indonesia | 71 |
| Gambar 2.72 Grafis pada <i>Lower Third</i> 100 Hari Keliling Indonesia | 72 |
| Gambar 2.73 Cuplikan Ramon Y. Tungka Saat Membawakan Acara 100 Hari Keliling Indonesia | 73 |
| Gambar 2.74 <i>Human Interest</i> dalam 100 Hari Keliling Indonesia | 73 |
| Gambar 2.75 <i>Website</i> Sebagai Informasi Penunjang | 74 |
| Gambar 2.76 Interaksi Ramon Y Tungka dengan Turis dan Masyarakat Sekitar | 75 |
| Gambar 2.77 Cuplikan Teaser 100 Hari Keliling Indonesia | 76 |
| Gambar 2.78 <i>Hidden Paradise</i> | 77 |
| Gambar 2.79 Cuplikan <i>Bumper Hidden Paradise Season 2</i> | 77 |
| Gambar 2.80 <i>Shot</i> dan <i>Angle</i> yang Digunakan dalam <i>Hidden Paradise</i> | 78 |
| Gambar 2.81 <i>Wide Shot</i> Alam dalam <i>Hidden Paradise</i> | 79 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 2.82 <i>Wide Shot</i> dengan Pembawa Acara..... | 79 |
| Gambar 2.83 <i>Pan Right</i> Pemandangan Alam | 80 |
| Gambar 2.84 <i>Tilt Up</i> Pembawa Acara | 80 |
| Gambar 2.85 <i>Cut In</i> Gerakan Objek Utama dalam Salah Satu <i>Scene</i> | 81 |
| Gambar 2.86 <i>Cutaway</i> Binatang di Sekitar Lokasi..... | 81 |
| Gambar 2.87 Kayu yang Diambil dengan Teknik DOF | 82 |
| Gambar 2.88 <i>Fast Motion</i> Pemandangan Alam..... | 82 |
| Gambar 2.89 <i>Siluet</i> Pembawa Acara <i>Hidden Paradise</i> | 83 |
| Gambar 2.90 Grafis <i>Lower Third</i> pada <i>Hidden Paradise</i> | 84 |
| Gambar 2.91 <i>Human Interest</i> dalam <i>Hidden Paradise</i> | 85 |
| Gambar 2.92 Infografis dalam <i>Hidden Paradise</i> | 86 |
| Gambar 2.93 Interaksi Pembawa Acara dengan Masyarakat Sekitar dan Wisatawan | 86 |
| Gambar 2.94 Gaya Pembawa Acara <i>Hidden Paradise</i> | 87 |
| Gambar 2.95 Cuplikan <i>Teaser Hidden Paradise</i> | 88 |
| Gambar 3.1 Bukit yang Menjadi Ciri Khas Pulau Merah..... | 99 |
| Gambar 3.2 Fasilitas Payung yang Disediakan di Pulau Merah | 100 |
| Gambar 3.3 Turis Mancanegara yang Akan <i>Surfing</i> di Pulau Merah..... | 100 |
| Gambar 3.4 Perahu-Perahu Nelayan yang Berlabuh di Pantai Rajegwesi..... | 100 |
| Gambar 3.5 Pemandangan Pantai Rajegwesi yang di Kelilingi Tebing dan Bukit | 100 |
| Gambar 3.6 Pemandangan Hutan dan Bukit di Pantai Rajegwesi | 101 |
| Gambar 3.9 Skema Perancangan..... | 104 |
| Gambar 3.10 Skema Alur Berpikir | 105 |
| Gambar 4.1 Konsep Keyword..... | 109 |
| Gambar 4.2 Contoh <i>Lower Third</i> | 123 |
| Gambar 4.3 Contoh <i>Lower Third</i> | 123 |
| Gambar 4.4 <i>Color Grading</i> Pilihan Audience dalam Kuisisioner..... | 124 |
| Gambar 4.5 Contoh <i>Color Grading</i> | 124 |
| Gambar 4.6 Sketsa Pembawa Acara Pria <i>Discover Banyuwangi</i> | 127 |
| Gambar 4.7 Contoh Pembawa Acara Pria..... | 127 |
| Gambar 4.8 Sketsa Pembawa Acara wanita <i>Discover Banyuwangi</i> | 128 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4.9 Contoh Pembawa Acara Wanita | 128 |
| Gambar 4.10 <i>Storyboard</i> | 145 |
| Gambar 4.11 Alternatif Logo <i>Discover</i> Banyuwangi | 146 |
| Gambar 4.12 Alternatif Logo <i>Discover</i> Banyuwangi | 146 |
| Gambar 4.13 Logo Terpilih <i>Discover</i> Banyuwangi | 147 |
| Gambar 4.14 Alternatif Layout yang Belum Ditampilkan | 147 |
| Gambar 4.15 Studi Visual <i>Tone Manner</i> | 148 |
| Gambar 4.16 Alfabet Logo <i>Discover</i> Banyuwangi | 148 |
| Gambar 4.17 Alternatif Warna Logo <i>Discover</i> Banyuwangi | 148 |
| Gambar 4.18 Macam-macam Lower Third yang Digunakan dalam <i>Discover</i> Banyuwangi | 149 |
| Gambar 4.19 Transisi dalam <i>Discover</i> Banyuwangi | 149 |
| Gambar 4.20 Cuplikan Bumper Pertama <i>Discover</i> Banyuwangi | 149 |
| Gambar 4.21 Cuplikan Bumper Kedua <i>Discover</i> Banyuwangi | 150 |
| Gambar 5.1 Alternatif Poster <i>Discover</i> Banyuwangi | 151 |
| Gambar 5.2 Alternatif Poster <i>Discover</i> Banyuwangi | 151 |
| Gambar 5.3 Alternatif Poster <i>Discover</i> Banyuwangi | 152 |
| Gambar 5.4 T-Shirt <i>Discover</i> Banyuwangi | 152 |
| Gambar 5.5 Pin dan Gantungan Kunci <i>Discover</i> Banyuwangi | 153 |
| Gambar 5.6 Sticker <i>Discover</i> Banyuwangi | 153 |
| Gambar 5.7 Mini Guide Book <i>Discover</i> Banyuwangi | 154 |
| Gambar 5.8 Tumbler <i>Discover</i> Banyuwangi | 155 |
| Gambar 5.9 Tas Ransel <i>Discover</i> Banyuwangi | 155 |
| Gambar 5.10 Topi <i>Discover</i> Banyuwangi | 155 |
| Gambar 5.11 <i>Discover</i> Banyuwangi Bagian Pertama Watu Dodol | 156 |
| Gambar 5.12 <i>Discover</i> Banyuwangi Bagian Kedua Plengkung | 157 |
| Gambar 5.13 <i>Discover</i> Banyuwangi Bagian Ketiga Pulau Merah | 157 |
| Gambar 5.14 <i>Discover</i> Banyuwangi Bagian Keempat Rajegwesi | 158 |
| Gambar 5.15 <i>Discover</i> Banyuwangi Bagian Kelima Teluk Hijau | 158 |
| Gambar 5.16 <i>Discover</i> Banyuwangi Bagian Keenam Sukamade | 159 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 2.1 SWOT Bumper 100 Hari Keliling Indonesia..... | 64 |
| Tabel 2.2 SWOT <i>Wide Lens</i> 100 Hari Keliling Indonesia..... | 65 |
| Tabel 2.3 SWOT <i>Cuit In</i> dan <i>Cutaway</i> 100 Hari Keliling Indonesia | 67 |
| Tabel 2.4 SWOT <i>Depth of Field</i> 100 Hari Keliling Indonesia | 68 |
| Tabel 2.5 SWOT <i>Tilt and Pan</i> 100 Hari Keliling Indonesia..... | 69 |
| Tabel 2.6 SWOT <i>Hand Held Camera</i> 100 Hari Keliling Indonesia..... | 70 |
| Tabel 2.7 SWOT <i>Visual Effect</i> 100 Hari Keliling Indonesia..... | 71 |
| Tabel 2.8 SWOT <i>Grading</i> 100 Hari Keliling Indonesia..... | 71 |
| Tabel 2.9 SWOT <i>Graphiic Visual</i> 100 Hari Keliling Indonesia..... | 72 |
| Tabel 2.10 SWOT <i>Talent Character</i> 100 Hari Keliling Indonesia..... | 73 |
| Tabel 2.11 SWOT <i>Human Interest</i> 100 Hari Keliling Indonesia..... | 74 |
| Tabel 2.12 SWOT <i>Information</i> 100 Hari Keliling Indonesia | 75 |
| Tabel 2.13 SWOT <i>Interaction</i> 100 Hari Keliling Indonesia..... | 76 |
| Tabel 2.14 SWOT Jam Tayang 100 Hari Keliling Indonesia | 76 |
| Tabel 2.15 SWOT <i>Bumper Hidden Paradise</i> | 78 |
| Tabel 2.16 SWOT Teknik Lensa <i>Hidden Paradise</i> | 79 |
| Tabel 2.17 SWOT Teknik Lensa <i>Hidden Paradise</i> | 80 |
| Tabel 2.18 SWOT <i>Cut in</i> dan <i>Cutaway Hidden Paradise</i> | 82 |
| Tabel 2.19 SWOT <i>Depth In Field Hidden Paradise</i> | 82 |
| Tabel 2.20 SWOT <i>Fast Motion Hidden Paradise</i> | 83 |
| Tabel 2.21 SWOT <i>Siluet Hidden Paradise</i> | 84 |
| Tabel 2.22 SWOT <i>Graphic Visual Hidden Paradise</i> | 85 |
| Tabel 2.23 SWOT <i>Human Interest Hidden Paradise</i> | 85 |
| Tabel 2.24 SWOT <i>Infographic Hidden Paradise</i> | 86 |
| Tabel 2.25 SWOT <i>Interaction Hidden Paradise</i> | 87 |
| Tabel 2.26 SWOT Karakter Talent <i>Hidden Paradise</i> | 88 |
| Tabel 2.27 SWOT Jam Tayang <i>Hidden Paradise</i> | 89 |
| Tabel 4.1 <i>Storyline</i> | 123 |
| Tabel 4.2 Sudut Pandang Kamera..... | 126 |
| Tabel 4.3 <i>Voice Over</i> | 142 |
| Tabel 5.1 Rancangan Anggaran Produksi..... | 160 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia terkenal sebagai negara yang terdiri atas ribuan pulau yang sebagian besar wilayahnya dikelilingi oleh laut dan kaya akan pemandangan alamnya yang indah. Ada banyak tempat di negeri ini yang dapat dieksplorasi keindahannya. Dan hal ini menjadikan sektor pariwisata Indonesia sebagai salah satu penyumbang pendapatan negara yang cukup besar.

Ada beberapa pendapat mengenai apa makna pariwisata itu sendiri. Konsep yang sering dipakai dan diterima oleh opini umum masyarakat Eropa, seperti yang dikemukakan dua guru besar Swiss; Prof. Hunziker dan Prof. Krapf, yang terkenal sebagai ‘bapak’ ilmu pariwisata, bahwa :

“Sejumlah hubungan-hubungan dan gejala-gejala yang dihasilkan dari tinggalnya orang-orang asing, asalkan tinggalnya mereka itu tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha-usaha yang bersifat sementara atau permanen sebagai usaha mencari kerja penuh (Hunziker & Kraf, 1942).”

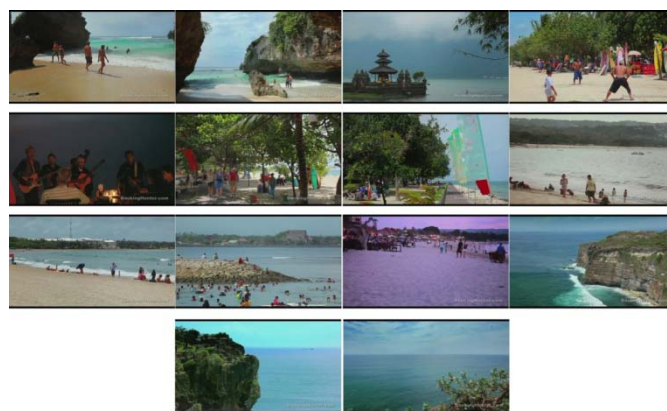
Sedangkan menurut Dr. Salah Wahab dalam bukunya *Tourism Management*,

“Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, ia juga merealisasi industri-industri klasik industri kerajinan tangan dan cenderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri (Wahab, 1975 : 9).”

Dari dua opini diatas maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu tempat yang digunakan sebagai persinggahan sementara yang mempunyai potensi menjual dan pengunjungnya tidak ada usaha mencari kerja, serta murni bagi orang-orang yang ingin menikmati tempat tersebut.

Mengunjungi suatu tempat untuk berwisata tentunya harus didasari dengan pengetahuan yang cukup akan lokasi wisata yang akan kita tuju tersebut. Sebelumnya kita harus tahu kemana, seperti apa dan apa saja yang ada di lokasi tersebut. Jika tidak, bukan tidak mungkin kita akan tersesat, salah tujuan dan kehilangan banyak informasi penting mengenai wisata tersebut serta tidak tahu apa yang harus kita lakukan di sana. Karena banyaknya pilihan wisata yang ada di Indonesia, masyarakat seharusnya dapat mengenal lebih banyak ragam jenis pariwisata di setiap tempat di pelosok negeri ini.

Pemerintah Indonesia juga telah menggalakkan promosi besar-besaran untuk wisata-wisata di Indonesia. Seperti yang kita tahu, Bali adalah salah satu potensi wisata yang paling disorot dunia. Dengan banyaknya tempat eksotis yang masih alami disana, tempat ini banyak dipuja wisatawan asing maupun domestik karena keindahan alamnya yang menakjubkan. Pantainya yang berpasir putih dengan banyaknya *spot surfing* dan pemandangan menarik menjadikan Bali sebagai *Paradise*, bagi para wisatawan. Sehingga *image* ini terbentuk secara alami dan terus melekat di benak masyarakat Indonesia maupun dunia.



Gambar 1.1 Thumbnails Cuplikan Video Bali, Indonesia Travel Guide

Sumber : www.youtube.com

Bagaimana dengan potensi wisata serupa di tempat lain di Indonesia ini? Coba kita tengok tetangga Bali yang bersebrangan langsung dengan pulau Bali. Di ujung paling timur Pulau Jawa ini ada sebuah kota bernama Banyuwangi. Seperti apakah Banyuwangi itu?

Banyuwangi adalah kota di pesisir timur pulau Jawa dengan garis pantai mencapai 175 km (Rofik, dalam wawancara). Tetapi tidak banyak orang tahu bahwa Banyuwangi pun memiliki potensi wisata yang tak kalah bagus dengan

Bali. Terutama potensi wisata alamnya yang kebanyakan berupa pantai. Banyuwangi memiliki kurang lebih 12 pantai, diantaranya adalah Pantai Pelengkung, Pantai Pulau Merah, Pantai Rajegwesi, Pantai Teluk Hijau, Pantai Sukamade, dan lain-lain. Pantai-pantai ini memiliki banyak sekali keunikan antar satu dengan yang lainnya. Misalkan saja Pantai Pelengkung. Pantai ini sangat terkenal dengan ombaknya yang tinggi sehingga sangat ideal dijadikan sebagai *spot surfing* para *surfer* mancanegara (banyuwangitourism_online). Tempat ini juga sering dijadikan lomba *surfing* bertaraf Internasional. Begitu pula pantai-pantai lainnya dengan berbagai keunggulannya.



Gambar 1.2 Pantai Plengkung

Sumber : www.banyuwangitourism.com



Gambar 1.3 Pantai Pulau Merah

Sumber : www.banyuwangitourism.com



Gambar 1.4 Pantai Rajegwesi

Sumber : www.banyuwangitourism.com



Gambar 1.5 Pantai Teluk Hijau

Sumber : www.banyuwangitourism.com



Gambar 1.6 Pantai Sukamade

Sumber : www.banyuwangitourism.com

Mengapa pantai-pantai ini seakan-akan terlupakan dari mata dunia? Padahal lokasinya yang sebenarnya cukup strategis, seharusnya mendukung pariwisata di Banyuwangi ini agar lebih berkembang lagi.

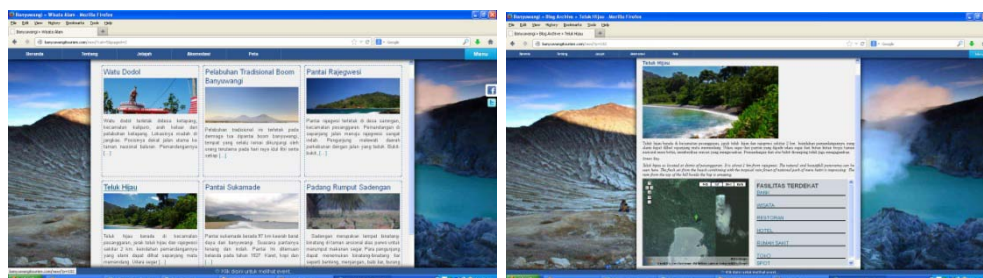
Menurut Nyoman S. Pendit juga, Banyuwangi menempati urutan prioritas kelima sebagai daerah tujuan wisata yang sedang dikembangkan dan digalakkan serentak di Indonesia (Pendit, 2006 : 69). Dibandingkan dengan Bali yang telah lebih dulu terkenal di mata dunia, Banyuwangi ini juga harus mendapatkan porsi dan perhatian yang lebih dari masyarakat maupun pemerintah setempat. Untuk mempotensikan pariwisata alam di kota ini, Pemerintah setempat telah banyak melakukan upaya-upaya khusus. Salah satunya adalah mengadakan festival *Banyuwangi Ethno Carnival*, *Tour de Ijen*, *Surfing Paradise at G-Land*, dan lain-lain (banyuwangitourism_online).

Dinas Pariwisata Banyuwangi juga telah membuat website resmi yang khusus mempromosikan tempat-tempat wisata di Banyuwangi ini. Dalam websitenya banyak terpampang foto-foto keindahan pantai-pantai di kota ini beserta segala ragam informasi seputar wilayahnya. Tetapi sejauh ini memang belum ada media audio visual pendukung yang dapat mengajak masyarakat dalam ataupun luar negeri, benar-benar tertarik dan merasakan keindahan alam setempat. Sehingga dapat merangkul lebih banyak lagi wisatawan untuk datang ke pariwisata Banyuwangi.



Gambar 1.7 Beranda Website www.banyuwangitourism.com

Sumber : www.banyuwangitourism.com



Gambar 1.8 Info-Info Wisata Alam yang Disajikan Dalam Website

Sumber : www.banyuwangitourism.com

a. Media Audio Visual Sebagai Penunjang Image

Media audio visual berupa proyeksi seperti film, slide, dan televisi adalah media yang paling ampuh untuk memberikan *influence* pada audiencenya. Nyoman S. Pendit kembali membenarkan pernyataan ini, bahwa :

“Film mempunyai sifat khusus, yaitu menyuguhkan sesuatu yang bergerak pada orang yang melihatnya, menyebabkan ia menjadi media yang penuh sugesti, anjuran dan daya tarik, apalagi kalau film itu berwarna, pendek, penuh dengan gerak (action) scan plot, yang

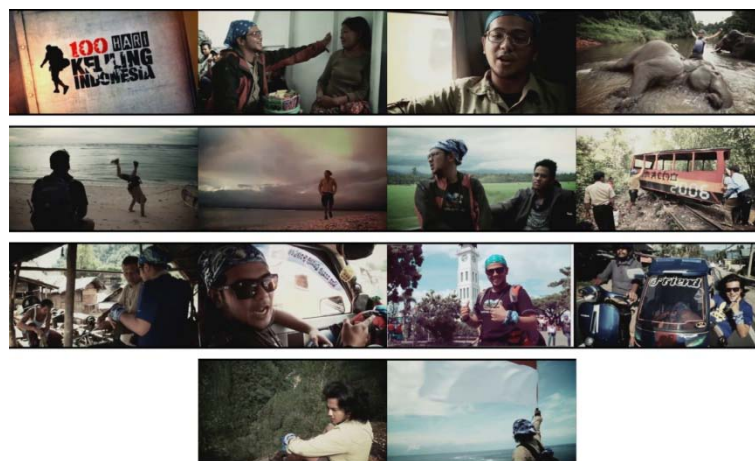
kesemuanya dapat membangkitkan emosi orang yang menyaksikannya (Pendit, 2006 : 275)."

Atau seperti yang dikemukakan oleh Rick Smith dan Kim Miller dalam buku mereka yang berjudul *Shoot to Sell*, bahwa :

"Membuat video itu jauh lebih mudah dan cepat untuk kebanyakan orang daripada menulis buku, dan juga memiliki pengaruh yang lebih kuat. Daripada mendidik orang satu per satu, Anda bisa meraih ribuan orang diseluruh dunia! Bayangkan berapa banyak hidup orang yang bisa Anda ubah dan pengaruhi dengan cara ini (Smith & Miller, 2013 : 6)."

Pernyataan Nyoman S. Pendit tersebut merujuk pada sebuah fakta yang beliau kemukakan bahwa di Amerika Utara, karena senangnya orang melihat film atau menonton televisi, para ahli di bidang kepariwisataan sampai menemukan suatu cara untuk membuat film khusus untuk pariwisata yang disebut *travelogue*. *Travelogue* ini diberi komentar di sana-sini dengan suara yang merdu dan enak didengar, serta mengandung sugesti, humor, edukasi, seruan, dan ajakan secara singkat tetapi berisi (Pendit, 2006 : 275).

Media audio visual seperti apa yang sesuai sebagai sarana promosi pariwisata pantai di Banyuwangi? Berikut perancang memberikan beberapa contoh liputan televisi yang dapat dijadikan acuan untuk perancangan ini.

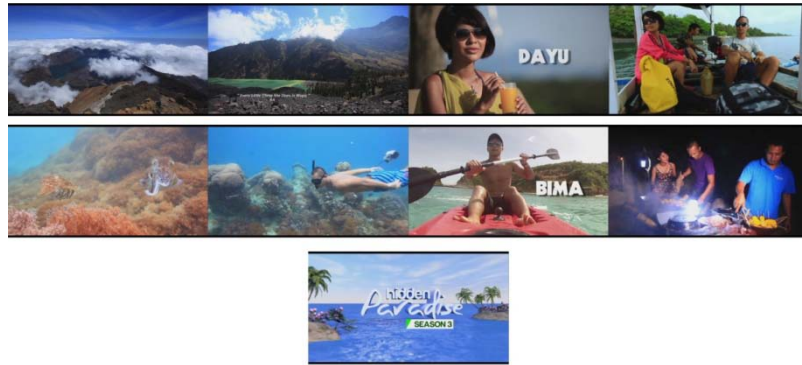


Gambar 1.9 Thumbnails Cuplikan Video 100 Hari Keliling Indonesia

Sumber : www.youtube.com

100 Hari Keliling Indonesia adalah program televisi yang digagas stasiun televisi Kompas TV. Di sini sang talent berusaha menceritakan dan membawa

penonton untuk ikut serta mengelilingi Indonesia lewat pengalaman-pengalamannya. Liputan ini juga menampilkan *human interest* dari masyarakat Indonesia. Sehingga masyarakat yang menonton, baik dalam maupun luar negeri, dapat merasakan keberagaman suku, karakter, ras dan budaya masyarakat Indonesia secara natural.



Gambar 1.10 Thumbnails Cuplikan Hidden Paradise Season 3, Edisi Lombok Timur

Sumber : www.youtube.com

Berbeda lagi dengan *Hidden Paradise*, meskipun pengagas program televisi ini adalah stasiun televisi yang sama dengan 100 Hari Keliling Indonesia, tetapi pengemasan acaranya dibuat berbeda. Jika 100 Hari Keliling Indonesia terlihat lebih merakyat dengan segmentasi masyarakat menyeluruh, maka *Hidden Paradise* ini dibuat lebih eksklusif, *lux* dan elegan dengan segmentasi masyarakat kelas menengah ke atas. Lebih lengkapnya akan dijelaskan perancang dalam studi komparator.

Perancangan video liputan ini nantinya juga harus memperhatikan banyak aspek seperti kedua liputan di atas. Perlu adanya pendalaman materi agar nantinya video ini tidak salah implementasi dan dapat berfungsi dengan baik sebagaimana dengan tujuan awal video ini dibuat. Kedua acuan awal tersebut dapat dijadikan patokan bagaimana merancang video liputan yang baik dan dapat bermanfaat bagi khalayak luas sesuai dengan perannya.

b. Pantai-Pantai yang Akan Dipilih dan Stake Holdernya

Ada kurang lebih 12 pantai di Banyuwangi, perancang akan mengambil perwakilan 5 pantai yang dianalisa sebagai pantai-pantai yang memiliki keunikan tersendiri dan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan sebagai penunjang image kota Banyuwangi.

Adapun pantai-pantai tersebut adalah Pantai Plengkung, Pantai Pulau Merah, Pantai Rajegwesi, Pantai Teluk Hijau, dan Pantai Sukamade, yang fotonya sudah perancang lampirkan pada halaman sebelumnya. Mengapa pantai-pantai itu yang perancang buat sebagai penunjang image Banyuwangi? Karena pantai-pantai itu memiliki ciri khas tersendiri, baik karakteristik pemandangan alamnya maupun potensi pariwisata yang ada di dalamnya.

Kelima pantai tersebut terdiri dari dua pantai yang sudah cukup sering terdengar di masyarakat, yaitu pantai Plengkung dan pantai Pulau Merah. Sedangkan ketiga pantai lainnya memang belum begitu sering terdengar di masyarakat, bahkan banyak yang belum mengetahui adanya pantai-pantai tersebut. Hal ini menjadi acuan perancang untuk mengenalkan pantai-pantai tersebut. Agar nantinya saat video liputan ini dilihat masyarakat, akan mengundang rasa penasaran masyarakat untuk mengunjungi Banyuwangi dan mengeksplor lebih banyak lagi apa yang ada di Banyuwangi termasuk pantai-pantai lain yang memang tidak perancang masukkan ke dalam video liputan ini.

Sesuai dengan pemanfaatannya maka video ini nantinya akan dinaungi *stake holder* dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Pihak perancang dan Universitas diharapkan bisa bersinergi dengan pihak-pihak terkait di Banyuwangi untuk saling membantu mempromosikan video ini sebagai sarana promosi pariwisata terutama pantai di Banyuwangi.

c. Distribusi Video Melalui Media Internet

Pendistribusiannya sendiri akan dilakukan melalui media internet dan situs jejaring sosial. Sesuai dengan segmentasi dan targetnya yang memang menjangkau anak-anak muda untuk datang dan berlibur ke Banyuwangi. Nantinya video ini akan diupload ke situs www.youtube.com lalu di *link* kan ke dalam situs www.banyuwangitourism.com sebagai situs yang menaungi beredarnya video ini. Masyarakat yang mengetahui situs resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi ini dapat langsung menontonnya di dalam situs tersebut dan yang kurang mengetahui situs tersebut, dapat melihat langsung ke situs *youtube*.

Media video ini juga tidak hanya dipromosikan melalui kedua situs tersebut, tetapi juga melalui situs jejaring sosial seperti *twitter*, *facebook*,

instagram dan lain sebagainya. Memanfaatkan situs-situs ini memiliki keuntungan tersendiri di Era Informasi seperti saat ini. Banyaknya orang, terutama remaja dan dewasa awal, yang menggunakan media ini dalam bersosialisasi akan mempermudah penyebaran dan pendistribusian video. Cepatnya mereka menerima informasi dapat menjadikan pasar tersendiri di lingkungan pengguna sosial media.

1.2 Identifikasi Masalah

- Kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia dan dunia akan keunikan, keindahan dan keberagaman pantai-pantai yang ada di Banyuwangi.
- Belum adanya media promosi berupa audio visual (gerak) yang mendukung Pemerintah setempat untuk mempromosikan wisata pantai di Banyuwangi.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat media promosi berupa audio visual yang tepat dengan konsep video liputan untuk mengenalkan dan menawarkan kepada masyarakat luas akan keindahan dan keberagaman pantai-pantai yang ada di Banyuwangi?

1.4 Tujuan Perancangan

- Memberikan pengetahuan akan keindahan dan keberagaman pantai-pantai yang ada di Banyuwangi kepada masyarakat dalam maupun luar negeri.
- Menawarkan keindahan pantai-pantai di Banyuwangi agar masyarakat dalam maupun luar negeri tertarik untuk berkunjung ke kota ini.
- Mengajak masyarakat untuk ikut serta memelihara kekayaan alam yang ada di Banyuwangi.
- Menambah rasa bangga dan cinta tanah air.
- Membantu mengembangkan potensi pariwisata alam yang dimiliki Banyuwangi.
- Menambah wisatawan asing maupun domestik untuk datang ke Banyuwangi.
- Menambah pendapatan daerah.

1.5 Manfaat Perancangan

a. Untuk Masyarakat

- Dapat memberikan pengetahuan akan keindahan dan keberagaman pantai-pantai yang ada di Banyuwangi.
- Dapat menawarkan keindahan pantai-pantai di Banyuwangi agar mereka tertarik untuk berkunjung ke kota ini.
- Dapat mengajak masyarakat untuk ikut serta memelihara kekayaan alam yang ada di Banyuwangi.
- Dapat menambah rasa bangga dan cinta tanah air.

b. Untuk Pemerintah Setempat

- Dapat membantu mengembangkan potensi pariwisata alam yang dimiliki Banyuwangi.
- Dapat menambah wisatawan asing maupun domestik untuk datang ke Banyuwangi.
- Dapat menambah pendapatan daerah.

c. Untuk Perancang

- Dapat membantu penyelesaian Tugas Akhir perancang.
- Dapat menambah pengetahuan tentang banyak hal.
- Dapat menambah pengalaman dalam bekerja sebagai seorang Desainer Grafis.
- Dapat menambah banyak relasi dan percaya diri untuk terjun ke dunia kerja.